

如何促进产销协同

| | |
|-------------------|--|
| <p>为什么学习本课程</p> | <p>年底的某天上午，某企业营销部门开年终总结会，主要检讨为何没有完成销售目标，大部分区域经理都反映全是生产拖了腿，一到旺季就断货，且价高质次等，于是这会开成了对生产部门的批斗会……</p> <p>下午公司又开生产的总结会,老总责怪为何总是供不上货?成本为何居高不下?各工厂厂长和车间主任纷纷喊怨,指责营销部门订单计划不准确、临时订单太多且多变，无法保证安排生产和降低成本等，于是会议很快也开成了对营销部门的批斗会……</p> <p>这样场景在许多企业一直在发生着，在日益激烈的市场竞争中，企业产销的对立和矛盾越来越突出。建立市场导向的产销协同管理体系，提高运作效率已经刻不容缓！</p> |
| <p>通过本课程您将学习到</p> | <ol style="list-style-type: none">1、认识企业产销矛盾的本质原因，建立研、产、销一体化响应市场竞争的管理理念2、学会基于企业战略与运营模式，构建可行的产销协同机制、运行流程与管理规范3、通过实战案例演绎，分享和借鉴到国内外先进企业的产销协同的管理经验4、全面掌握解决产销矛盾，促进高效协同的具体工作方法 with 表单工具 |
| <p>谁需要学习本课程</p> | <ul style="list-style-type: none">■ 企业总经理、生产副总及其各部门经理、营销副总及其各部门经理■ 其他财务、采购、技术和品质等后台职能部门经理和主管 |
| <p>课程大纲</p> | <p>壹、 产销协同主要问题分析与解决思路</p> <ol style="list-style-type: none">a) 不同规模和类型企业的产销矛盾的常见问题b) 产销之间难以协同的本质原因与解决难点分析c) 树立研、产、销统一于市场竞争的一体化协同理念d) 确立以营销为龙头、市场化协同的管理模式e) 优秀企业案例分享 <p>贰、 企业产销协同模式与机制设计</p> <ol style="list-style-type: none">a) 明确生产与营销部门的经营定位与责任边界b) “订单式生产”与“库存式生产”的选择与运用c) 设计内部市场化的产销协同与交易机制d) 制定相应考核办法与奖惩制度e) 案例分享：某企业生产与营销模拟市场化运作的实践介绍 <p>参、 建立产销协同流程与管理规范</p> <ol style="list-style-type: none">a) 不同运作模式下的产销协同流程设计与比较b) 相关的管理规范与工作标准建立c) 产销协同中的具体运用的表单与工具d) 建立流程负责人制度，促进各流程的执行与完善e) 案例分享：某日化企业的产销协同流程与相关制度点评 <p>肆、 促进产销协同的具体管理实务</p> |

-
- | | |
|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none">a) 如何提高订单计划的准确性b) 如何进行订单修改与生产计划调整c) 如何促进产销各部门的日常沟通与配合d) 常见产销冲突问题的处理策略与技巧e) 实战案例分享：某建材企业的退货责任界定与处理 |
|--|---|

伍、 情景案例研讨

- a) 就某国内企业产销矛盾的实景案例进行分组研讨
- b) 针对学员企业产销管理问题互动答疑